

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
RINGKESAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian dan Pertanyaan Masalah.....	7
1.2.1 Fokus Penelitian	7
1.2.2 Pertanyaan Masalah	7
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	8
1.3.1 Tujuan Penelitian	8
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	9
1.3.2.1 Kegunaan Teoritis	9
1.3.2.2 Kegunaan Praktis	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	10
2.1 Kajian Literatur	10
2.1.1 Review Penelitian Sejenis.....	10
2.2 Kerangka Konseptual	17
2.2.1 Komunikasi	17
2.2.1.1 Pengertian Komunikasi	17
2.2.1.2 Fungsi Komunikasi	21
2.2.1.3 Tujuan Komunikasi.....	22
2.2.2 Komunikasi Pemasaran.....	23
2.2.2.1 Pengertian Komunikasi Pemasaran.....	23
2.2.2.2 Proses Komunikasi Pemasaran	28
2.2.2.3 Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	29
2.2.3 Media.....	30
2.2.3.1 Media Sosial.....	31
2.2.4 Instagram.....	33
2.2.4.1 Fitur-fitur Instagram	33
2.2.4.2 Instagram Sebagai Media Komunikasi	36
2.2.5 Online Shop.....	37

2.2.5.1 Marketing Online Shop	39
2.2.5.2 Keunggulan dan Kelemahan	42
2.3 Kerangka Teoritis.....	45
2.3.1 Teori Komunikasi Pemasaran	45
2.4 Kerangka Pemikiran.....	47
BAB III METODE PENELITIAN	49
3.1 Subjek, Objek, dan Metode.....	49
3.1.1 Subjek Penelitian.....	49
3.1.2 Objek Penelitian	51
3.1.3 Metode Penelitian	52
3.2 Deskripsi Objek.....	54
3.2.1 Latar Belakang Fadsan.....	54
3.2.2 Logo dan Tagline	55
3.2.3 Struktur Organisasi	56
3.2.4 Desain/Paradigma Penelitian	57
3.3 Prosedur Pengumpulan Data	58
3.4 Rancangan Analisis Data	61
3.5 Kredibilitas dan Tingkat Kepercayaan Hasil Penelitian.....	64
3.6 Membuka Akses dan Menjalinkan Hubungan dengan Subjek Penelitian	66
3.7 Lokasi dan Judul Penelitian	66
3.7.1 Lokasi Penelitian.....	66
3.7.2 Jadwal Penelitian.....	67
BAB IV	
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	68
4.1 Hasil Penelitian	68
4.1.1 Data- Informan	69
4.1.2 Product.....	75
4.1.3 Price.....	83
4.1.4 Place	91
4.1.5 Promotion	99
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian	110
4.2.1 Product.....	111
4.2.2 Price.....	112
4.2.3 Place	113
4.2.4 Promotion.....	114
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	117
5.1 Kesimpulan	117
5.2 Saran.....	118
DAFTAR PUSTAKA	121
LAMPIRAN 1.....	123
LAMPIRAN 2.....	124
LAMPIRAN 3.....	126

LAMPIRAN 4	127
LAMPIRAN 5	130
LAMPIRAN 6	131